



TITLE:

カーシェアリング社会の可能性

AUTHOR(S):

樋口, 善郎

CITATION:

樋口, 善郎. カーシェアリング社会の可能性. 京都大学文学部哲学研究室
紀要 2003, 6: 109-123

ISSUE DATE:

2003-12-01

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/24247>

RIGHT:

カーシェアリング社会の可能性

樋口善郎

今日の我々人間の社会は、クルマとの抜き差しならぬ関係のうちにある。クルマがもたらすメリットは否定できないものの、その弊害もまた言うをまたない。一旦手に入れた文明の利器をその弊害を理由に手放すという選択は、理性的にも見えるが、一度味わった甘美な果実の味を我々は忘れ去ることができるだろうか。おそらくそのような選択肢は、現実的ではない。そうだとすれば、我々人間は、クルマに対して「捨てる・捨てない」といった選択肢ではなく、その両方の選択肢の間をくぐりぬけるような隘路を歩いていくほかない。そうした場合、一つの新たな選択肢と見なされうるのが「カーシェアリング」である。小論は、そのカーシェアリング社会の可能性を考える試みである¹。

「カーシェアリング」とはどのようなものだろうか²。その基本的な考え方は、複数の人がクルマを共有利用するというものである。公共交通網の発達した都市部以外では基本的にクルマは必需品であるかもしれない。しかし、都市部では、どうなのか。他にも移動の選択肢はあるのに、マイカーをなんとなく所有している。そして、所有しているから否応なく使うということはないだろうか。そうした場合、必要に応じてクルマを共同利用するという仕組みが社会にあれば、マイカーを所有する必要は減るであろう。さらに、共有によって、マイカーの必要度が減少するばかりでなく、本当に必要なときにのみクルマを使うようになり、クルマの使用頻度も低下する。したがって、クルマを共有するというカーシェアリングの発想は、地球環境の危機が叫ばれている今日、一つの魅力的かつ有力な選択肢であるように思われる。

¹ 小論は、拙論「クルマ社会と人間」(京都大学文学部哲学研究室紀要PROSPECTUS No.4・2001年)の続篇である。そこでクルマの弊害についても触れている。

² 小論で、カーシェアリングについての資料にしたのは、朝日新聞朝刊(京都版)の次の記事である。2001/7/16 くらし「カーシェアリング欧米で試み広がる」, 2002/1/14「カーシェアリング実験中」, 2002/7/7 時々刻々「進むかカーシェアリング」。朝日新聞を参照の際は、「朝日」と日付によって示す。

さて、そのような「カーシェアリング社会」が形成されるためには、一体どのような障害があるであろうか。一つには、その組織が抱える技術上あるいは経営上の問題があるであろう。そうした点には、欧米の先進的な試みを鑑にしてある程度解決していくことができる（もちろん日本特有の問題は残る³）。しかし、もっと別の問題がありはしまいか。専門家は、カーシェアリングの実現のためにはマイカー主義が大きな障害となっている、と指摘する。そこで、そもそも個人がクルマを「自分のクルマ（マイカー）」として所有するということが一体どんな事柄なのか、人間のあり方から問い直して見る必要がある。所有という、人間存在につきまとう様態を分析することによって、「カーシェアリング社会」の可能性を考えてみることにしたい。

1 クルマの共有と私有

本章では、まずカーシェアリングの仕組みについて簡単に説明を試み、そのあとクルマの所有のかたちとして、共有と私有のそれぞれの意義について検討してみたい。

カーシェアリングは、80年代後半スイスで「知人同士が一台の車を乗り回す簡単な仕組み」から始まったのが最初とされ、その後、自治体や企業などの参入があり、現在はヨーロッパで数百、アメリカで数十の運営組織がある。スイスのルツェルンにある世界最大のカーシェアリング組織「モビリティー」を例にとると、同組織は、1987年に有志 23 人でスタートし、現在は約 4 万 3 千人の会員を抱えている。全国に 875 カ所のクルマを貸し出すステーションがあり、クルマ保有台数は 1600 台である。利用者はあらかじめ、本部に会員登録の申し込みをし、会員契約をする。そして、電話かインターネットかでコールセンターに使いたい車種と日時を伝え、車両の割り当てを受ける。貸し出し手続きがいらず、自宅近くから乗れる。また、公共交通機関とも連動している。「444 スイスフラン（約 3 万 1500 円）でスイス国鉄とカーシェアリングの共通カードを買うと、2 年間鉄道料金が半額になる」（「朝日」2001/7/16）。また 100 キロ以上使う場合は、レンタカーの方が割安のため、レンタカー会社から通常の料金より三割安く借りられるサービスもある。

日本でのカーシェアリングの試みは、数年前から国の補助で全国六ヶ所で電気自動車の実験的な共同利用がなされている。また 2001 年秋、交通エコロジー・モビリティ財団が首都圏の二カ所（東京都北区の分譲マンションと三鷹市の賃貸マンション）

³ 「朝日」2002/7/7 によれば、「定時に出勤・退社し、定時に納品する日本のビジネス慣行では、時間によって車が余ったり足りなくなったりする可能性が高い」とする。その他、盆正月の帰省ラッシュなどの問題もある。

でガソリン車を使ってカーシェアリングの実験を試みた。また、2002年4月に日本初の民間カーシェアリング会社が誕生している。自動車メーカーも海外で事業を興しているところもある（ホンダ自動車）し、国内でも実験的な試みを行っているところもある（トヨタ自動車）。NPO組織が新たに事業を始めようとしている都市（福岡市）もある。普及はこれからである。

さて、次にこのようなクルマの共有が私有する場合と比べて、どのような意義を有するのか、見てみよう。

（１）共有の場合、マイカーを所有しないので、駐車場がいらないという利点がある。この点はとりわけ、駐車場のスペースが不足し駐車場が割高な都市部では魅力的である。私有すれば、否応なく自宅や仕事先に駐車場が必要となる。駐車場がなければ、路上駐車が常態化する。他方、マイカーであれば、自宅の車庫から仕事先まで「ドアからドアへ」で行けるであろうが、カーシェアリングは、クルマをプールしてある駐車場まではいかなくてはならない。ただし、離れた場所に駐車場を借りている場合は、カーシェアリングの場合と大差がなくなってくる。

（２）共有の場合、マイカーを維持していくための諸経費、すなわち車検、税金その他が不要になる。他方、私有すれば、当然それが必要になる。カーシェアリングの場合は、それに代わって、会費や保証金が必要になる。

（３）共有の場合、目的に応じて車種が選べる。自分一人乗る場合、数人で乗る場合で、違った車種が選べる。たとえば、たった一人の人間が移動するのに大型のワゴンを運転するという不経済なことも減るし、環境への負担も減る。他方、私有の場合、複数のクルマを所有している場合を除けば、自分の所有するクルマをいかなる場合でも運転せざるをえない。

（４）共有の場合、クルマを貸し出すステーションが公共交通機関と連携していれば、公共交通機関の利用度が高まり、クルマの利用が押さえられる。現在衰退傾向にある公共交通網の整備にも繋がる。また、マイカーだと使わないと損だという気持ちが働くが、カーシェアリングだと、クルマを使う前にその必要性を考えることになる。ひいてはクルマの無駄な使用が押さえられる。さらに、先にも紹介したように、一部には、カーシェアリングと公共交通機関を連携させて用いる場合、割引制度も導入されている。私有の場合は、公共交通機関の通勤ラッシュを経験せずに済むという利点はあるが、渋滞に巻き込まれる可能性があり、また自分自身のクルマが渋滞の原因になっている。たしかに、通勤ラッシュで、他者と直接接触しながら、ストレスを感じつつ、仕事先に行くよりは、マイカーという私的空間の中で他者と接触せず（もたも

たしているとクラクションを鳴らされたり怒鳴られたりなどの可能性はある)出勤できる方が精神的にも肉体的にも負担が少ない。しかし、渋滞に巻き込まれたクルマは、予定通りには走れず、この点からくるストレスがあるかもしれない。

(5)マイカーだと、低公害車への切り替えが進まないが、その推進が可能となる。

以上の点を総合するとカーシェアリングの利点として二つのことが帰結する。

(1)(2)(4)からすると、運営組織にもよるであろうが、マイカーをもつよりも、クルマにかかる諸経費が安くなる。また、(3)～(5)からすれば、クルマの無駄な使用が押さえられ、低公害車への切り替えがすすみ、二酸化炭素排出が抑制されるなどの地球環境の改善にもつながる。後者の利点は、環境問題に関心をもたないオーナーにとって説得力をもたないが、前者の利点は、そういう人にとっても魅力的である。以上見てきたところでは、クルマを私有しても、共有した場合と比べて、さほど実質的な利点はないことになる。

しかし、私有することにはもっと別なタイプの利点がある。マイカーの中は「わたくし」の空間である。どう使おうがどう振る舞おうが勝手である。その気安さがある。借り物だとそこには公共的なものが入り込んでくる。汚く使えばクレームが出る。また、借り物のクルマでは懐くことのできないような独占感(「ワタシのクルマ」)もある。だからこそ、マイカーを磨き立てたり飾り立てたりする。これについては、すでに古代ギリシアの時代において、師のプラトンの共有制に対して私有制擁護の論陣をはったアリストテレスに同様の論点を見出すことができる。彼の主張を見ることで、私有制の利点を探ってみよう。

アリストテレスは、プラトンが「最高の統治を達成しようとする国家にあっては、妻女と子供は共有され」(543a)と主張するのに対して、原理的批判に続けて、(1)大多数の人々にとって共同なものは気遣われることのもっとも少ないものになる、という論点を提示する⁴。例えば、父親は、共に暮らす自分の息子のことなら心配するが、国家で養われている息子ならそういう親愛の情を示さない、というような場合を考えればよい。そして、アリストテレスは、血縁者であれば避けられる犯罪が、血縁者であることが分からなくなることで、増加する、と主張する(1262a30-31)。しかし、このアリストテレスの妻子公有制への批判はあくまで、人間関係に関わる議論である。

⁴ プラトンの引用は、藤沢令夫訳『国家』(岩波書店)による。これに対する原理的批判というのは、アリストテレスは、国家というものを本性的に多数のものとして捉えており、プラトンのように国全体が一つになると主張すると、国家が国家であることを止めることになることを批判する。この論点(1)が見られるのは、Politica, 1261b33-34。以下『政治学』の参照箇所は、本文中に示す。

だが、これは私有物についても言えると思われる。自分の家や庭は掃除するけれども、道路や公園のような公共の場所にはゴミを放置するというようなことはよく見られることである。これは、クルマも例外ではなく、マイカーであれば手入れを怠らないが、みんなで使うものだとして杜撰に扱われることになりそうである。

さらにアリストテレスは、「財産は共有されるべきかどうか」についても考察している。これも、国家の戦士階級は、同じ住居で共同生活し、私有財産を所有せず、国家守護の報酬をもらうべし、とするプラトンの主張の検討であろう⁵。そして、アリストテレスはここでも私有制を擁護する立場を表明している。(2) 共有の場合、生産者と消費者のアンバランスの問題が発生する。すなわち、労せず生産物を手に入れたくさん消費する人たちに対して、苦労して生産する人たちからの不満が生じる(1263a10-15)。(3) あるものを自分自身のものと見ることは快い。あるいは、私有物で、友人や客人、仲間を喜ばせたり助けたりするのも楽しい。私有においてこそ、物惜しみしないという徳(アレテー)も可能になる(1263a40-b14)。(4) 私有物をめぐるさまざまな悪(契約に関する訴訟、偽証、金持ちへの追従)が、共有制によって消滅するかに見えるが、財産を共有して共同に使用する者の場合の方が、私有している場合よりよけいに争う(1263b22-29)。以上のような論点でアリストテレスは私有制を認めようとする。(3)は私有物をもつ喜びを指摘したものであり、自分が持つ喜びのみならず、他の人にそれを使ってもらって嬉しいという喜びも味わえる。これはクルマの場合も成り立つであろう。(2)と(4)の論点は関連しあっている。共有だと、それをどのように使用するかというところで、争いが生じるのである。クルマについても、使う順番などで戦いがはじまるかもしれない。そして、その争いを避けるためには所有権のはっきりした私有制を採ったほうがよいということになる。

さて、いまのアリストテレスの指摘にもあったように、自分の私有物をもつことは嬉しい。マイカーの場合も、当然そうである。ところが、それへそそぎ込まれる愛は永遠のものかということ、そうでもない。たとえば、エーリッヒ・フロムは次のように指摘する。「クルマへの愛情は深く長続きするものではなく、つかの間の情事のように見える。というのは、持ち主はしばしばクルマを変えるからである。二年たつと、いやわずか一年しかたたないのに、自動車の持ち主は古いクルマに飽きて、新しいクルマのうまい買い物を物色して回る」⁶。ここに指摘されているのは、古代ギリシア

⁵ 内容的には、ずれがあって、アリストテレスの批判があたっていないところもある。

⁶ Erich Fromm, *To have or to be ?*, New York 2002, P72. 引用は邦訳『生きるということ』(佐野哲郎訳・紀伊國屋書店 1977 年)による。

のアリストテレスが知らない、買い換えの喜びである。しかし、この買い換えの喜びとはいかなるものだろうか。なぜ「マイカー」への愛は移り気なのだろうか。そこで、今日の人間のあり方に根強く附随したこのような現象を見定めるために、次章では、現代社会における所有の相（すがた）ととりわけ消費のあり方について見てみよう。

2 消費資本主義とクルマ

現代の我々が生きる社会は、いくつかの国々を除けば、経済の側面から見ると、資本主義経済、自由市場経済である。しかし、資本主義や自由市場と言っても、十八世紀の経済学者アダム・スミスが見たものとはかなり違ったものになっている。今日そこにはケインズ流の「国家による経済への介入」という要素が入り込んでいることは言うまでもないが、1958 年を境にして、資本主義もさらに新しい段階に踏み込んだと言える。それは、「自由社会では、政府は個人や私的集団の努力を励ますことによって、経済成長を最もよく奨励することになる。マネーはもちろん国家によって有効につかわれるが、税金の重荷から解放された納税者によっても同じ程度に有効に使われるだろう」という当時のアイゼンハワー大統領の談話によって象徴される。消費者が減税などによって余分なお金を手にし過剰な消費行動にはしったことが結果的に経済の浮揚に役立ったのである。当時の『タイム』も「国家から割戻された九十億ドルを手にした消費者たちは、200 万の小売店へ豊かさを求めて殺到した。…扇風機をエアコンに取り替えることによって、自分たちの力で経済を発展させられるのだということを彼らは理解した。500 万台の小型テレビと 150 万台の電動肉切り機等を買うことによって、彼らは 1954 年のブームを保証したのだった。」と言う。1954 年に活況を呈したアメリカ経済は、1958 年に落ち込みかけたのだが、この消費者の行動によってふたたび活況を呈したのである。しかし、ただの消費行動ということであれば、古くから人類が行っているものであり、別段新しくはない。このアメリカで起こった現象の新しさはどこにあるのだろうか。九十億ドルを手にした消費者は、生活必需品がある程度満たされていたにも関わらず、買い換えや贅沢品の購入にはしり、それが、経済を浮揚させたのである。消費者の過剰な消費行動が経済を動かす。このとき、アメリカには、「この地球上でかつてみられたどのような経済とも異なった、新しい種類の経済」が出現したのである⁷。

消費者が必要以上に過剰にモノを購入する、換言すれば、商品の必要性とは別なも

⁷ この節の記述は見田宗介『現代社会の理論』（岩波書店 1996 年）3-8 頁による。

のが購入の動機になる。このようなあり方が、今日の資本主義を規定している。消費行動の過剰さについて更に考察を深めてみよう。現代フランスの社会学者ボードリヤールはその著『消費社会の神話と構造』(1970)の中で、「人間は欲求を受けられるが、この欲求は彼に満足を与えてくれるモノへと人間を導く」という図式を「神話的寓話」と規定する⁸。たしかに、ある商品を購入したのはその商品への欲望があったからであり、その欲望は購入と同時に満たされたというのは、例えば、物体の落下を説明するのに物体に落下する本性があったからであり、あるべき場所に到達すると同時に物体は静止するという具合に説明するのとさして変わらない。むしろ事態は逆で、物体の落下という現象があって、その説明のために落下する本性という概念が導入されたように、消費者の商品購入という現象があって、その説明のために商品への欲望という概念が導入されたのである。しかし、欲望という概念が、本性という概念がそうであったように全く無効であったというわけでもない。やはり欲望は存在する。その欲望は商品を前にして喚起される。ただその場合、ある商品が生活のために絶対なくてはならないという理由で、その商品への欲望が生じることは今日かなりまれである。むしろ商品のさまざまな選択肢があって、そのなかからある商品を選び取っているであり、このとき欲望が目指しているのは、「一点豪華主義」のような場合を除けば、単独のその商品ではなく、その商品を使って生活する一定の生活水準である。それは「人並み化」であったり「高級志向」であったりする。自分の生活水準が低ければ、人並み化への欲望があり、必要・不必要を問わず、みんながもっている商品を買いたいと思う⁹。人並み化が達成されれば、それより一歩上の、一般の人々との差異を示すような商品を買いたいという欲望が生じる。この欲望は、一つの商品を購入したからといって、それで満足するようなものではない。これをボードリヤールは次のように語っている。「一方には、欲望が充足させられると緊張が和らいだり消えたりするという合理主義的理論とはとうてい両立しがたい事実、すなわち欲求の遁走、欲求の際限のない更新という事実を前にして絶えず素朴に狼狽ばかりしている立場があるが、これに反して、欲求とはけっしてある特定のモノへの欲求ではなくて、差異への欲求であることを認めるなら、完全な満足などというものは存在しないし、したがって欲求の定義もけっして存在しないということが理解できるだろう」¹⁰。さ

⁸ ボードリヤール『消費社会の神話と構造』(今村仁司、塚原史訳・紀伊國屋書店 1979 年) 80 頁。

⁹ 上野千鶴子『補増＜私＞探しゲーム』(筑摩書房 1992 年)の「商品—差別化の悪夢」(62-87 頁)を参照。

¹⁰ ボードリヤール前掲書 95 頁。

て、この「差異への欲求」は消費行動の中でどのようにして現れてくるのだろうか。それをクルマを例に見てみよう。

「ダイムラーとベンツを自動車の父とすれば、さしずめヘンリー・フォードは“自動車の世紀”の育ての親といってもよい」¹¹。彼の生み出したT型フォードは、まさに量においてモータリゼーションの開花を促したからである。そのデビューは1908年のことであるが、このクルマは、当時の常識であった「クルマは高いもの、金持ちのもの」という通念を打ち破り、生産ラインの機械化、大量生産により、庶民にも手のとどく安価なものであった。それゆえ1924年には全米生産のクルマのうちT型は55.3パーセントを占めるに至る。ところが、このT型フォードは、1927年には生産停止に追い込まれる。なぜだろうか。T型は十八年間単一モデルである。その単一モデルであることが逆に、それに満足しない消費者を作り出したと言える。もともとクルマが発明されていなかったとき、あるいは、金持ちにしか手のとどかないとき、それへの欲望は存在しないと言ってよい。しかし、安価になって周囲の人達が所有しはじめると、「人並み化」への欲望が生じ、購入するに至る。ところが、みなが同じクルマに乗っていると、「差異への欲望」が生まれる。これを企業戦略に採り入れたのがGMであり、そこではむしろ、クルマのデザインや広告が重んじられるようになる。さらに「年々のモデル・チェンジ」がなされるようになる。自動車もまたモードの商品になったのである。ロラン・バルトは、「購買〔のサイクル〕が消耗〔のサイクル〕を上まわっているならば、そこにモードが存在する」と言う¹²。壊れてもいけない、まだ使えるのに、商品の買い換えをする。そこに過剰な消費ということが成り立つのであり、商品の必要性以外の何が消費へと駆り立てているかといえ、まさにこの商品のもつモードの力であろう。このような過剰な消費が最も典型的な仕方を実現されたのは、どこにおいてであろうか。それは、日本の八十年代においてである。「従来の画一化され、標準化された大量生産方式だと、いずれ消費者のニーズは落ち込んでくる。ある程度の質の車がひとあたりいきわたれば当然需要は落ち込んで来るであろう。そこで、新たな形で消費者の欲望を喚起しなければならない。八十年代の戦略は＜差異化＞という製品差別化であった。車種の多様性やモデル・チェンジが、これほど、強調され、人々の関心を集めた時代はなかった。それは、多分に日本社会の特殊な事情にもよる。このきわめて同質性の高い社会では、人々との比較によって自分の位置を確認してゆく以外にないからだ。＜人との比較＞がほんのわずかな差異を強調する

¹¹ 折口透『自動車の世紀』（岩波書店1997年）60頁。本節の議論は見田宗介前掲書に負っている。

ことになったのである。この「差異化」を求める欲望によって、「ゆたかさの中での欲望の衰弱」がとりあえず回避された、あるいは先送りになったことはやはり事実であろう¹³。生活がある程度豊かになれば、モノを求めなくなり、当然需要は落ち込み、経済も不活発になる。日本経済は、クルマのメーカーが消費者の「差異への欲望」に応じたきめ細かい商品の差異化によってまさにそれを回避したというのである。

さて、我々は現代社会の所有の相、とりわけ消費のあり方について見てきた。常に他人との違い、今自分が所有しているものとの違いを求め、新しいものを追いかけて、しかも、手に入れても満足に至ることはなく、さらに新しいものを追い求める「差異への欲望」。かくしてクルマの所有自体よりも、買い換えることに喜びを感じる。またメーカーもデザインや広告を通してそのように仕向けていく。このような点からみると、フロムの指摘した、マイカーへの移り気な愛という事柄も理解できる。もちろんこのこと自体を我々は責めることはできないが、環境ということを考えた場合に、大量生産・大量消費は、地球への負担が大きい。しかし、ここでも、この論点は環境問題に関心のないユーザーにとって説得力に欠ける、と言わざるをえない。では、どう考えればいいのか。思想史全体を見渡したとき、所有物を捨てて清貧に生きるという精神的伝統がある。そこに手掛かりを求めてみよう。

3 「もつ」と「捨てる」と「ある」

人類の辿ってきた歴史全体を見渡すと、私有財産制が発達したのは、ここ数世紀のことである。経済史家大塚久雄はその著『共同体の基本理論』において、近代資本主義成立以前の社会の中では、私的占取があったとしても、それは基本的に「共同体」の枠内に留まっていた、と指摘している¹⁴。たしかに「共同体」中心の時代においても、自分が作りだした道具は、自分の所有物というように、私有の芽がすでに芽生えていた。だが、それすらも「共同体」の枠に留まっていた。その矛盾が吹き出し、私有中心の社会が生まれる。それは同時に「共同体」解体の時代でもある。近代資本主義の誕生である。このような大塚の指摘は、たとえば、フロムの次のような発言とも符合する。「いくつかの段階を経て、十八世紀の資本主義はラディカルな変化を経験した。すなわち、経済行動は倫理的および人間の諸価値から切り離されたのであった。実際、経済機構は自律的実体であって、人間の要求や人間の意志とは無関係である、

¹² ロラン・バルト『モードの体系』(みすず書房 1972 年) 408 頁。

¹³ 佐伯啓思『「欲望」と資本主義』(講談社 1993 年) 48-49 頁。

¹⁴ 大塚久雄『共同体の基礎理論』(岩波書店 2000 年) 例えば、32-34 頁の記述を参照。

と考えられた」¹⁵。それまでは経済活動は、倫理や道德などとの関係で考えられていた。それが近代資本主義の誕生とともにその関係が断絶したのである。経済活動が倫理や道德によって歯止めがかけられているというのは、富への欲望が国家を頹落させるとするプラトンの共有制の主張¹⁶にも当然見られる。さらに私有制の擁護に回ったアリストテレスも、経済活動には歯止めがかけられている。彼は、商人などにみられる無制限な蓄財を否定的にしか評価しない。高利貸しのような職業は憎むべきだとする¹⁷。あくまで、財産が家長や政治家が善き生活のために必要とされる充分な量の財産の獲得を意味する限りにおいて積極的に位置づけられるのである。また、ヨーロッパ中世においても、「金持ちが神の国に入るよりも、らくだが針の穴を通る方がまだ易しい」(マルコによる福音書 10・25)という言葉に見られるように、キリスト教が私有財産を否定する方向へと働いたことは想像に難くない。このような富への欲望を批判する思想は、仏教を始めとする他の宗教思想において数多く見出されることができる。また、商人は賤しい職業とされてきたことも同じ事柄である(例えば、日本の江戸時代の士農工商)。つまり、世界的に見ても人類は、富への欲望を抑えるような論理を紡いできたといえることができる。ところが、近現代においては、それが逆転した。富への欲望は肯定され、商業活動は国家の繁栄をもたらすものと位置づけられる。このような資本主義の「ラディカルな変化」を可能にした要因は色々あるであろうが、思想的に見ると、たとえば、プロテスタンティズムの禁欲的労働の理論(マックス・ヴェーバー)やロックの労働価値説の理論ならびに貨幣論(腐敗しない貨幣でなら蓄財も可能)を挙げることができるだろう。

現代は、先述のように、消費資本主義の時代である。現代社会は、大量生産・大量消費によって経済を活性化しながら走り続けている。そんな自転車操業のような社会の仕組みに対しては当然批判が出てくる。たとえば、経済学者シューマッハーは『スモール・イズ・ビューティフル』(1973)の中で、物質的なものに価値を置く生き方よりも、精神的なものに価値を置く生き方を推奨している。そして、そのための実践として、自分の心の中の貪欲さや嫉妬心を弱めること、贅沢品を必需品にしないこと、現在の必需品を質と量の点で簡素にしていくなこと、これらが実行できなければ、エコロジストなどの仕事を支持支援することが、平和や社会の持続可能のために必要であ

¹⁵ E.Fromm前掲書p.7.

¹⁶ プラトン『国家』第八巻の議論を参照。

¹⁷ Politica, 1258b2-8.

る、と言い、人類がこれまで培ってきた英知に立ち返ろう、と主張する¹⁸。また、日本でもバブル経済がはじけたまさにその時期に中野孝次の『清貧の思想』（1992）が出版され、「清貧」が流行語になった。その主旨は、シューマッハー同様、物質至上主義を改めて、心の豊かさを求めようということにある。中野は、日本の先人で清貧に生きた人達（光悦や兼好など）の言行を紹介しながら、日本には物質至上主義とは異なる精神的伝統がある、と論じている¹⁹。いずれにしても、消費資本主義誕生以前の、富への欲望を抑える伝統に立ち返ろうというものである。しかし、現代において、まさに振り子が右から左へふれるように、正反対の考え方に立ち返ることが果たして適切な解決策になるのだろうか。我々はここにおいても、清貧と消費資本主義という二つの極の隘路を求めなければならないであろう。他方、辰巳渚の『「捨てる！」技術』（2000）も、生活の贅肉を削ぎ落として、生活をシンプルにしようとする点は似ている。ただ清貧の思想と根本的に違うのは、新しいモノを購入する楽しさまでも捨ててしまわない点である²⁰。では、新しくモノを買うために捨てるのかというと、それも違う。辰巳が強調するのは、モノを捨てていくなかで自分の生活を見直す感覚が磨かれていき、モノの新たな購入の際もそのモノを捨てる場合のことを考えて買い控えをするようになるという点である²¹。その続篇『「暮らす！」技術』（2001）でも、自分の日常的な生活の営みを見直していくなかで、モノとの関係が深まり、暮らす喜びが生まれる、と述べられている²²。このようなモノとの関わり方を自己管理していくなかで充実感を見出していくような人間の生き方をどのように概念化できるであろうか。

フロムはその著『もつことか、あることか？』の中で、人間の二つの存在様式を「もつこと」と「あること」という概念で規定しようとしている。この場合、「もつこと（所有）」との対比で言われる「あること」は、所有物を捨て去った生き方のことを指すかに見える。しかし、「あること」はそれを含みながらももう少し広い概念である。たとえば、フロムは道徳や政治の領域でなされてきた「もつべきか、もたざるべきか」という論争に言及して、禁欲的人物はたしかにもつことと消費することへの強

¹⁸ E.F.シューマッハー『スモール・イズ・ビューティフル』（小島慶三他訳・講談社1986年）第一部第二章「平和と永続性」（30-52頁）を参照。

¹⁹ 中野孝次『清貧の思想』（文藝春秋1996年）。

²⁰ 辰巳渚『「捨てる！」技術』（宝島社2000年）6頁。

²¹ 「朝日」2000/5/30のインタビュー記事で、辰巳は「無意識にモノを持ち続ける生活のあり方を見直してみしてほしい。不用意に物を買わないという循環ができていくはず」と主張している。同じ主旨は、「朝日」2000/10/16の、佐高信との対談記事においてさらに鮮明に出ている。

²² 辰巳渚『「暮らす！」技術』（宝島社2001年）36頁を参照。

い欲望を抑圧できるが、その抑圧の試みそのものにおいてその人物はやはりもつことと消費することにこだわり続けているとして、自分の採る方向が単純な禁欲主義とは異なることを示唆している²³。では、「もつこと」とはどのようなあり方だろうか。フロムの主張を纏めてみると次の通りである。(1)もつ関係にある主体と客体においては、主体は、力を通して客体を支配する。従って(2)主体と客体の間には死せる関係しか成り立たず、生きた関係にはない。いわゆる「疎外」が起こる。ところが、(3)主体は、客体あつての主体になる。その客体なしには主体は自分を支えられなくなる。このような人間主体の客体との関わり方が「もつこと」と規定されるのである²⁴。他方「あること」の方は、この「もつこと」と反比例の関係にあるものとして規定される。「私たちが持つ様式、つまりあらゆる様式を減らす度合い、すなわち、安心感と同一性とを見出すために持っているものにしがみついたり、<それを抱いて>いたり、自我や所有物に執着したりしなくなる度合いに応じてのみ、ある様式は現れることができる」²⁵。フロムのいうこれら二つの人間のあり方に、家のなかに沢山のモノを抱え込み、実際には使わないで死物と化していながらも、捨てられずにいる現代の多くの人間の姿と、少ないモノをしかもたないシンプルな生活を送りながらも、そのモノを使いこなしながら充実感を感じている人間の姿が概念化されていると考えられる。「捨てる」と言う場合、まだそこには、「もつ」へのこだわりが残っている。「ある」というあり方においてこそ、モノとの深い関わり方が取り出されてきていると言える。ここに我々の採るべき隘路はあるのではないだろうか。そこで最後に、我々は再びカーシェアリングの問題に立ち返って、その可能性について考えてみよう。

4 クルマの私有とカーシェアリング

まず、これまでの論点を整理しておこう。(1)クルマを共有する方が私有する場合よりも、ユーザーにとって経済の面からも安上がりであるし、環境の面からも利点が多い。しかし、(2)自分のクルマである方が、よりこまごまと配慮する。共有のクルマだとそうはいかない。(3)共有制の場合、使い方をめぐって争いが起こる。私有制の場合、それが起こらない。(4)自分のクルマをもつ喜びがある。他人に貸す喜びもある。(5)クルマを買い換えることそれ自体に喜びがある。第一章でこれらの論点を取り出したあとで、我々は主に(5)の論点を巡って議論してきた。

²³ E.Fromm前掲書p.84.

²⁴ E.Fromm前掲書p.77を参照。

²⁵ E.Fromm前掲書p.89.

さて、われわれは、(1) を論拠にして、マイカー主義に立ち向かえるだろうか。繰り返していえば、クルマを共有する方が、経済面で安上がりにすむということは言えるし、これは、かなり魅力的な点であるが、もう一つの環境の面の利点は、環境問題に興味のない者にとっては、無視されてしまうであろう。この点については、カーシェアリングの専門家が、環境教育の重要性を訴えていることに着目すべきである。教育であるから、一朝一夕に効果が顕れるものではないが、カーシェアリング社会への移行が可能だとしても、時間がかかるであろうし、いずれにしても長い目で見ていかなければならない。(2) と (3) については、技術的な問題であると考えられる。(2) は運営母体がどのようなものであるかが問題で、公営や仲間同士であると、老朽化が進んでも、なかなか改善されないが、私企業であり、しかも競争原理が働いている場合には、そうはならないと考えられる。(3) は、まさに欧米の組織に学ぶべきところではないだろうか。さらに、(2) と (3) については、市民意識の向上のための教育が重要であると思われる。みんなのものは大切に使うとか、ゆずり合うとかいう精神は、いま最も失われているものかもしれない。また逆に、クルマを共有することがそういう精神を培う場にもなると考えられる。

他方、(4) や (5) についてはどうだろうか。(4) のマイカーを所有する喜びは、他の所有物でもそうであろうが、まさにそのモノが自分の支配下にある、自分がそのオーナーであり、他の人が自分の意向ぬきにそれを扱えないというところにその喜びがあるのだろう。これはたしかにカーシェアリングに最も欠けたものである。しかし、クルマが本当に自分の生活に必要なものかと考えたときに、果たしてどうなのか。クルマもそう使わないのなら、共有で十分ではないだろうか。そして、カーシェアリングにはそれ相応の楽しみもある。運営組織にもよるであろうが、用途に合わせて、いろいろなタイプやいろいろなデザインのクルマを乗り換えられるのである。もちろん、利用頻度の高い場合は、この限りではない。すべてのクルマがシェアリングされなければならないわけではない。(5) の喜びについてはどうだろうか。このような喜びの原因はオーナーの側にあることはまぎれもないが、多分にメーカーによって作り出されている側面があることは、すでに第二章で指摘した通りである。また、フロムは、現代人がクルマの買い換えに快楽を感じる幾つかの要因を列挙しているが、なかでも次の点は我々の注意を惹く²⁶。すなわち、クルマは、「地位の象徴」であり、力の延長であり、自我の一部を構築しているものである。クルマの買い換えが頻繁に

²⁶ E.Fromm前掲書p.73 を参照。

なればなるほど、買い手のえる「取得の興奮」が強まり、支配の感覚が強まる。これを「処女をわがものにするようなもの」とフロムは評する。古い刺激がすぐに単調となり枯渇してしまうので、新しい刺激を経験したいという要求が高まる。つまり、フロムによれば、買い換えの快楽は麻薬のように、すぐ飽きをさそい、エスカレートしていくのである。我々はこのような事態にどう立ち向かうことができるのだろうか。メーカーが発する広告に耳を塞ぐのがその最善の解決法なのだろうか。

メディア論のマクルーハーンが書いた『機械の花嫁』(1951)²⁷は、そうした動向に対して採るべきアイディアを与えてくれる。同書はポーの『大渦にのまれて』に登場する水夫が大渦の動きをよく観察し、あえてそれに逆らう愚を犯すことなく遂にそこから脱出したのと同様に、「新聞、雑誌、ラジオ、映画、広告などの機械的勢力の手で今の我々の周囲に巡らされている流れと圧力に対して、正面切って攻撃を仕掛けることを控え」、「それらが重なり合って一大絵巻を繰り広げているその真っ直中に読者を据えて、すべての人間を巻き込んでいる今進行しつつある事態を見極めてこと」を狙っている。マクルーハーンは、ポーの水夫が渦に巻き込まれ、危機的状況にありながらも、いろいろなモノが渦に流されて落ちていくそれぞれのスピードを比べておもしろがっていたということを引きながら、「自分自身の置かれている境遇を第三者の立場に立って理性的に観察することによって、面白いと思うほどのゆとりが生まれ、それがこの水夫に迷宮脱出の糸口を与えてくれた」と言う。我々も、マクルーハーン、そしてポーの水夫同様に、今日我々が置かれている状況にヒステリックに反応するのではなく、まずはそれを観察し、その動きを知ることから始めなくてはならないだろう。広告の大渦に吞まれて、流れ流されて中毒してしまうよりも、広告の働きを知り、それに対する我々の欲望の動きを知ることが重要なのである。そして、本当に要るものが要らないものなのかの識別をする感覚を磨くことが大切であろう。クルマの買い換えという悪循環もそうした識別する判断力の中でこそ止められると言える。

しかし、このようなマイカー主義の否定や、買い換えの悪循環の切断は、メーカー側からすると、とんでもないことかもしれない。クルマこそ国家の基幹産業であり、景気を測る目安もクルマの売れ行きにある。しかし、クルマという製品はメーカーからすれば、売った時点で利益を上げられるのみであり、次に利益が上げられるのは、クルマの買い換えの時点ということになる。したがって、この買い換えのサイクルを速くすることがメーカーにとってより多く利益を上げる唯一の方法であるから、ユー

²⁷ マーシャル・マクルーハーン『機械の花嫁』(井坂学訳・竹内書店新社 1991 年)の「序文」を参照。

ザーの欲望を刺激するために少なからぬ広告費を必要とする。しかし、メーカーが同時にカーシェアリングの運営組織になればどうか。最初に日本でのカーシェアリングの現状を紹介したときに、その萌芽があることを指摘した。メーカーが運営組織になれば、常時利益を上げられることになる。また、マイカーが減ってカーシェアリングの利用者が増えることがその経営を安定させることにも繋がるのである。

これまで我々はカーシェアリング社会の可能性を見てきた。これまでの議論を最後に纏めておきたい。すでに日本でもカーシェアリングの試みが始まっているが、これがさらに広がるためには、(1) カーシェアリングの魅力を伝えなければならない。運営組織にもよるだろうが、ユーザーにとって経済的な面でマイカーより安上がりであることや、用途に合わせて車種を選べることなどである。さらに、(2) 環境教育や、市民意識を高めるための教育によって下支えする必要がある。またユーザーも環境保全に協力できることに誇りをもつことができる。(3) マイカー主義の呪縛を解くことが必要である。そのためには、自分の暮らしを見直して、クルマが本当に必要不可欠かどうかを識別するという眼を育てることである。そして、必ずしも必要でなければ「捨てて」、シェアリングに加わってみるという主体的行動を起こすことである。シェアリングにおいてもクルマとともに「ある」ことができ、クルマに執着することなく、それと生きた関係を結ぶことができるのである

我々の周りには、膨大な量のクルマが往来している。なかには物資の運搬のために活躍しているクルマもあるが、そうでないクルマも多いように見える。もっているから、別の選択肢があっても、ついつい使ってしまうのではないだろうか。しかし、そういうマイカーの使用の仕方が、逆に、公共交通機関のような他の選択肢の力を弱めてきたとも言える。現代の我々の社会は、私的なものの領域が拡大し、広く覆っている。しかし、私的なものは、公共的なものへの関わりが奪われているあり方である。再び公共的なものの力を取り戻すために、カーシェアリングはその礎(いしずえ)ともなり、階(きざはし)ともなりうると考える。

(大学非常勤講師)